

株式会社大阪鶴見フラワーセンター中期経営計画（2019～2023年度）概要

～ I 中期経営計画の策定にあたって ～

（背景）P1～2

- ◆ 大阪鶴見フラワーセンター（以下「鶴見FC」）は、国際花と緑の博覧会のメモリアル事業の一環として、既存花き卸売市場を統合し、市民に新鮮な花を安定的に供給する目的で、賑わい施設と機能的に一体化した複合施設として整備
 - ※会社設立 1990年11月、市場開場 1994年7月
- ◆ 東京大田市場に次ぐ全国屈指の市場
 - ※取扱高比較：大田 491.3億円（1位）、鶴見 248.5億円（2位）＜2018年（H30年）＞
 - ※国内花き市場は縮小傾向（農林水産省「H29年度 卸売市場データ集（H30.7版）」より抜粋）
3,647億円（2015年（H27年））／3,900億円（2010年（H22年））＝93.5%
- ◆ 開設当初の借入金を償還し、2015年には累積赤字を解消。一方、開設後25年を経過し、建物・設備とも経年劣化

（鶴見FCの現状）P3～7

1. 取扱高

- 直近5年間の取扱数量は約5%の減
- 取扱額は一時増加を見せるも、5年で約3.5%の減
 - ・248.5億円（2018年（H30年））／257.4億円（2014年（H26年））＝96.5%

2. 買受人

- 買受人の総数は減少傾向にあるものの、毎年の解約数は減少傾向。新規参入は増加傾向
 - ・解約数 42人（2014年（H26年））→24人（2018年（H30年））
 - ・新規参入数 15人（2014年（H26年））→19人（2018年（H30年））

3. 施設

- 建物現況調査（注1）の結果、築50年を迎えるまでに市場部分で約73億円の修繕更新費用が必要と推計（他者所有の部分を含めた建物全体で約108億円と推計）
 - ＜注1：耐用年数、修繕履歴、目視等による調査＞

4. 財務状況

① 収支

- 2015年度に累積赤字を解消。但し、売上高（主に卸売業者が支払う売上高使用料）の減で利益が減少傾向
 - ・売上 587.8百万円（2018年（H30年））／705.1百万円（2014年（H26年））＝83.4%（注2）
 - ＜注2：2018年7月の売上高使用料率引下げ（切花：1.7%→1.4%）の影響＞

② 資産・負債等

- ・市場建設費 122億円のうち、67億円の補助金（国 23億円、府 22億円、市 22億円）を充当。残りは借入金等を充当。なお当該借入金は返済済み

～ II 今後の取組みについて ～

（基本方針）P8

- ◆ 取引減少に歯止めをかけることが急務。西日本のハブ市場をめざし、「集荷分荷力の向上」「国内外への販売」に取組む卸売業者を支援するため、卸売業者が支払う売上高使用料を改定
 - ＜売上高使用料率＞切花 1.7%、鉢物 1.4%→切花 1.4%、鉢物 1.4%（2018年7月～）
- ◆ 使用料改定に伴い収益が減少するも、市場機能の維持に努め、市場の活性化を計画的に進めるため、新たな中期経営計画を策定。「市場の活性化」「施設の改修」の2点を基本として取組む。
- ◆ 事業運営にあたっては、単年度黒字を維持。計画期間は、2019年度～2023年度の5年間

（今後の取組みについて）P9～12

1. 市場活性化への取組み

(1) 魅力ある市場としての機能拡充

◇ 市場環境の整備

- ▶ 経年劣化対策にとどまらず、魅力ある市場となるよう取組み、集荷力の向上に寄与
 - ・花きの鮮度を保つ温度管理システム（低温倉庫等）の整備、セリシステムの更新・機能向上
- ▶ 環境負荷軽減に向けた取組みの継続
 - ・廃棄物総量の抑制と再資源化

◇ 展示会等の開催支援

- ▶ 産地からの出荷量の拡大や新規買受人獲得に向け、2017年～2018年にかけて改修の展示コーナー等を産地・卸売業者から買受人への情報発信や買受人の交流の場として活用
 - ・卸売業者と産地が連携した新商品などの展示会、商談会の開催
 - ・関連資材等の商品展示販売会

(2) 消費拡大・活性化の推進

- ▶ ワークショップの開催など消費者に対する啓発活動
- ▶ 商業施設等への集客効果アピールによるイベントの開催など異業種コラボレーション
- ▶ HPやインスタグラム等 SNS の積極的な活用

(3) 施設改修

- ▶ 今後5年間を見通した短期修繕計画の策定（2017年）
- ▶ 短期修繕計画及び建物現況調査をベースに、計画的（注3）な施設改修に取組む
 - ＜注3：鶴見FCの体力の範囲内（減価償却費＋修繕費）で施設改修を実施＞
- ▶ 買受人にとって魅力ある市場機能

(4) 経営見通し ▶ 単年度黒字の維持